

# Perception du pouvoir entre visiteurs et visités dans la pratique du tourisme dit « ethnique » : Au-delà des oppositions, authentique / simulacre

D. LékanéTsobgou, S. Schmitz  
Laplec, Université de Liège, d.lekane@ulg.ac.be

## Introduction

Pratique du tourisme comme confrontation entre les peuples « visiteurs » et les peuples « visités » (Demagnet, 2007). L'exotisme culturel des populations autochtones est la principale attraction (Harron et al. 1992)

Comment illustrer les jeux de pouvoir et de marchandage qui organisent les rencontres plus ou moins authentiques entre visités et touristes ?

## Méthodologie

Recherche systématique sur le World Wide Web (google.be);

Mots clés « tourisme ethnique », « ethnictourism », « ethnisherTourismus » et « turismoétnico »

400 signalement de destinations; 251 sites: 112 TO, 52

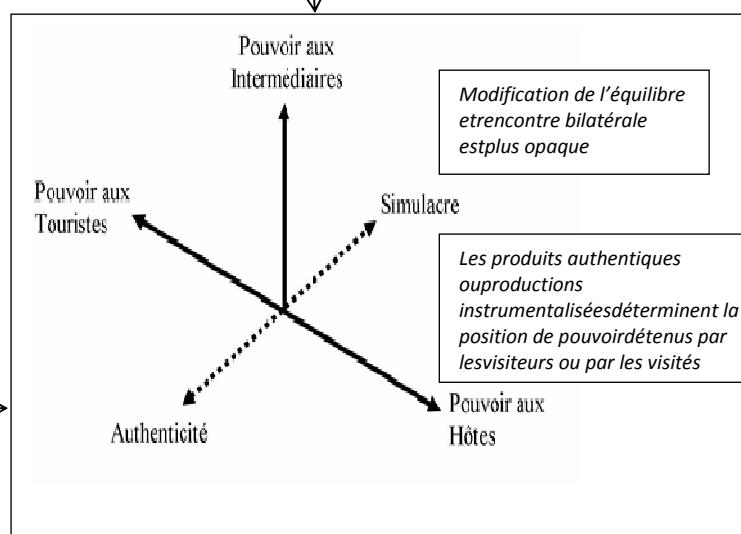
monde de recherche, 45 blogs, 42 sites officiels

Analyse sommaire, cartographie des résultats par langue

## Résultats :

**Résultat 2 :** Les destinations ethniques ne sont plus confinées aux pays exotiques (75%) et que l'ethnique peut également être proche, les festivités liées aux folklores locaux sont aussi réinventés de toute pièce processus d'équilibre et de neutralisation du pouvoir entre les deux acteurs du tourisme à partir des vécus et d'expériences

**Résultat1 :** identification de 4 types de produits et pratiques du tourisme ethnique (mise en spectacle, participation aux festivités, retour aux sources et l'œuvre missionnaire.



## Discussion

Les promoteurs touristiques cherchent avant tout leur gain d'où l'offre parfois des produits issus de simulacre aux visiteurs en mal d'exotisme.



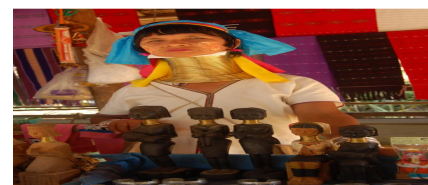
Zoo-humain : Produit fabriqué et mis en spectacle par les intermédiaires (jeunes adolescentes girafes Thaïlande, village Thaton et jeunes Pygmées village Aka-RCA)



Danse funéraire en pays bamileke Cameroun



Danse funéraire du famadihana à Madagascar



Femme girafe de Kayan Birmanie : longue spirale



Habitat et famille Pygmée Baka-Cameroun

## Conclusion

Par ce gradient, nous avons pu identifier les jeux de pouvoir et de marchandage qui organisent les rencontres plus ou moins authentiques (Cohen, 1988 ; Wang, 1999)

## Références bibliographiques

Demagnet M. (2007). « Tourisme à géométrie variable en terre indienne : l'exemple des indiens mazatèques, Oaxaca, Mexique », Autre part, n°42, pp. 21-38

Cohen E. (1988). « Authenticity and commoditisation in tourism », Annals of Tourism Research, 15, 371-388

LékanéTsobgou et Schmitz S (2012), Le tourisme dit « ethnique » : multiples usages d'un concept flou in BSGl, pp 5-16, n° 59.

Wang N. (1999). « Rethinking Authenticity in Tourism experience », Annals of Tourism Research, 26, 349-370